

2023-2029年中国空调市场 深度分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国空调市场深度分析与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202211/325547.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

空调即空气调节器（Air Conditioner）。是指用人工手段，对建筑或构筑物内环境空气的温度、湿度、流速等参数进行调节和控制的设备。

一般包括冷源/热源设备，冷热介质输配系统，末端装置等几大部分和其他辅助设备。主要包括，制冷主机、水泵、风机和管路系统。末端装置则负责利用输配来的冷热量，具体处理空气状态，使目标环境的空气参数达到一定的要求。

空调是现代生活中人们不可缺少的一部分，空调为人们提供了凉爽，但同时空调常开也易引起疾病，如“空调病”等，需要慎用。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国空调市场深度分析与投资战略研究报告》共十五章。首先介绍了空调行业市场发展环境、空调整体运行态势等，接着分析了空调行业市场运行的现状，然后介绍了空调市场竞争格局。随后，报告对空调做了重点企业经营状况分析，最后分析了空调行业发展趋势与投资预测。您若想对空调产业有个系统的了解或者想投资空调行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 我国空调行业发展情况分析

第一节 空调相关概述

一、空调定义及分类

二、空调的命名标准

三、空调的认证标志

第二节 我国空调行业发展概况

一、我国空调行业发展现状调研

二、国际市场增幅趋缓

三、全球空调七成中国制造

四、连锁卖场模式成为主流

第三节 我国空调行业发展存在的问题

一、中国空调行业的主要问题

- 二、空调能效等级标识问题
- 三、空调质量问题
- 四、我国空调行业目前存在的三大问题

第二章 2017-2022年我国空调所属行业发展情况分析

第一节 2022年我国空调行业发展情况分析

- 一、2022年冷冻年度空调市场发展分析
- 二、2022年冷冻年度空调市场特征分析
- 三、2022年中国空调制造业经济效益分析
- 四、2022年冷冻年度三四级市场成最大亮点
- 五、2022年冷冻年度空调行业大事记
- 六、2022年冷冻年度家用空调市场存在的问题

第二节 2022年我国空调行业发展情况分析

- 一、2022年我国空调销售情况调查分析
- 二、2022年中国空调市场分析报告
- 三、2017-2022年我国空调行业产量增长情况分析

第三节 2022年我国空调行业发展预测分析

- 一、2022年我国空调行业发展形势
- 二、2022年我国空调行业发展预测分析
- 三、2022年我国空调市场机会与挑战
- 四、2022年我国空调市场新热点

第三章 2017-2022年中国家用空气调节器制造业所属行业经济运行数据分析

第一节 2017-2022年全国家用空气调节器制造所属行业主要经济指标

- 一、2022年全国家用空气调节器制造所属行业主要经济指标

第二节 2017-2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业产销数据分析

- 一、2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业产销数据分析

第三节 2017-2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业资产负债分析

- 一、2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业资产负债分析

第四节 2017-2022年全国及中国各省市家用空气调节器制造所属行业规模分析

- 一、2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业规模分析

第五节 2017-2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业盈利能力分析

一、2022年全国及各省市家用空气调节器制造所属行业盈利能力分析

第四章 细分市场分析

第一节 2017-2022年空调业细分市场概述

一、企业发力空调细分市场

二、“成本”向“需求”转变成为空调消费新趋势预测分析

三、2022年细分定位成空调行业发展新突破口

第二节 变频空调现状及前景

一、变频空调的概念、分类和优势

二、主要变频空调品牌发展历程

三、2022年变频空调市场概况

四、变频空调品牌满意度调查分析

五、变频空调未来发展趋势预测分析

六、变频空调成2022年空调市场竞争焦点

第三节 节能空调

一、2022年高效节能空调市场占有率

二、2022年空调能效升级引发产业变动

三、空调节能走出恶性循环刻不容缓

四、推进房间空调器实现节能前景

第四节 中央空调

一、中央空调市场现状分析

二、2022年中央空调市场分析

三、2022年中央空调企业全面扩张

四、2022年中央空调市场竞争格局

五、2022年中央空调市场发展走向

六、2022年我国空调企业掘金中央空调市场

第五节 家用空调

一、2022年家用空调市场回顾

二、2022年家用空调市场展望

第六节 商用空调

一、2022年商用空调市场剖析

二、2022年商用空调市场未来预测分析

三、2022年我国商用空调市场呈现四大趋势预测分析

四、2017-2022年商用空调发展趋势与行业机遇

第七节 农村空调市场分析

一、2022年农村空调市场现状分析

二、2022年变频空调有望成农村市场主流

三、2022年空调农村市场潜力及策略

第五章 2017-2022年空调所属行业出口情况分析

第一节 2022年空调出口景气指数及出口

第二节 2017-2022年空调出口景气指数

一、2022年空调出口景气指数

二、2022年空调出口信心指数

第六章 空调所属行业出口情况分析对策

第一节 2022年我国空调出口情况分析

一、2022年中国空调出口情况分析

二、2022年中国空调出口产品结构

三、2022年中国空调出口竞争环境

四、2022年中国空调出口展望

第三节 2022年抵御出口风险战略

一、2022年空调出口环保门槛逐渐变高

二、2022年中国空调企业海外工厂成本抬升

三、2022年年空调出口增长预测及对策

第七章 空调所属行业出口市场分析

第一节 2017-2022年世界空调市场发展概况

一、2021年全球空调市场回顾

二、美国空调市场分析

三、欧洲空调市场分析

四、俄罗斯空调市场分析

五、日本空调市场分析

六、巴西空调市场分析

七、阿根廷空调市场分析

八、印度空调市场分析

九、东南亚空调市场分析

十、拉丁美洲市场

十一、中东市场

十二、非洲市场

十三、大洋洲市场

第二节 2022年国家空调出口发展对策

一、东盟等二线海外市场成为双刃剑

二、2022年国家空调出口发展对策

第八章 空调消费市场分析

第一节 空调消费现状分析

一、空调消费进入高能效时代

二、空调消费品牌依赖性增强

三、2022年中端机成消费趋势预测分析

四、2022年空调选购趋势调查

第二节 空调市场消费特点

一、中国消费市场的地理因素

二、消费地理因素的营销启示

三、家电消费关注转变

第三节 2022年中国空调市场消费行为调查报告

二、空调基本使用状况分析

三、空调整体消费需求

四、空调能效标准认知

五、无氟、附加功能和保修时长

六、调查对象信息

第四节 2022年中国变频空调市场调查

一、变频、定频空调的选择

二、变频空调品牌的选择

三、变频空调的优势

四、变频空调的缺点

五、变频空调的前景

六、变频空调的控温效果满意程度

七、变频空调需改进之处

第九章 空调营销渠道与策略分析

第一节 我国空调市场的营销渠道分析

第二节 空调营销渠道模式比较研究

一、美的模式——批发商带动零售商

二、海尔模式——零售商为主导的渠道系统

三、格力模式——厂商股份合作制

第三节 空调渠道：连锁与自建并行发展

一、谁是空调流通的主角

二、格力模式的是与非

三、农村空调市场渠道逐步成型

第四节 空调厂商营销策略分析

一、小型商用空调市场营销策略

二、中央空调行业渠道策略研究

三、居民消费行为转变及零售商的应对策略

第五节 2022年空调厂商营销策略分析

一、2022年空调厂商营销环境

二、空调制冷业应规模、产能与营销一体化

三、2022年冷年空调还需差异化营销

第十章 空调行业的市场竞争分析

第一节 2017-2022年品牌竞争格局分析

第二节 2017-2022年中国空调市场竞争

第三节 2022年空调行业本土品牌与外资品牌竞争分析

一、技术推动市场

二、需确立精准定位

三、农村市场决定成败

第十一章 空调行业优势企业分析

第一节 海尔

一、企业概况

二、经营情况分析

三、发展展望及策略

第二节 格力

一、企业概况

二、经营情况分析

三、发展展望及策略

第三节 美的

一、企业概况

二、经营情况分析

三、发展展望及策略

第四节 志高

一、企业概况

二、经营情况分析

三、发展展望及策略

第五节 奥克斯

一、企业概况

二、经营情况分析

三、发展展望及策略

第六节 海信科龙

一、企业概况

二、经营情况分析

三、发展展望及策略

第七节 春兰

一、企业概况

二、经营情况分析

三、发展展望及策略

第八节 LG

一、企业概况

二、经营情况分析

三、发展展望及策略

第九节 松下

一、企业概况

二、经营情况分析

三、发展展望及策略

第十节 三菱

一、企业概况

二、经营情况分析

三、发展展望及策略

第十二章 空调行业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、2022年中国宏观经济运行分析

二、2022年经济运行形势分析及展望

三、2023-2029年中国经济发展预测分析

第二节 我国空调产业政策环境分析

第十三章 空调关联行业发展状况分析

第一节 家电业发展状况及未来走势

一、2022年产业整体发展分析

二、2022年白色家电市场竞争将白热化

三、2022年白电国际化战略加速

四、2022年白电企业产能扩张情况分析

五、2017-2022年白色家电产业发展前景预测分析

第二节 2017-2022年国内空调压缩机市场分析

一、空调压缩机概述

二、2022年空调压缩机市场现状调研

三、2022年空调压缩机国家标准年内将修订完毕

四、2022年空调压缩机市场发展预测分析

第三节 空调制冷剂行业发展状况分析

第四节 铜行业发展状况分析

一、铜价对空调生产的影响

二、2022年空调铝代铜成趋势预测分析

第十四章 2023-2029年中国空调行业发展趋势预测分析

第一节 2023-2029年空调业发展预测分析

第二节 2023-2029年空调市场产品趋势预测分析

一、变频持续普及大势难逆转

二、能效升级和无氟普及

三、附加功能更加丰富

四、针对细分人群出击

第三节 2023-2029年空调技术趋势预测分析

一、2023-2029年我国空调技术发展目标

二、2023-2029年空调压缩机的研究方向

三、2023-2029年变频控制技术领域

四、2023-2029年新型换热器技术领域

五、2023-2029年高效送风系统领域

六、2023-2029年空调余热回收的研究

七、2023-2029年空调制冷剂HCFC替代技术研究

八、2023-2029年高效节材技术研究

九、2023-2029年铜替代技术领域

十、2023-2029年舒适性研究领域

十一、2023-2029年变频多联技术的研究方向

第十五章 2023-2029年空调市场发展投资策略

第一节 我国空调企业发展策略分析

一、空调价格策略分析

二、中小空调企业营销策略

三、2017-2022年国内空调巨头国际化提速

四、2022年企业需规划新产品策略

第二节 能效升级“大考”及空调企业应对策略

一、能效升级对企业的影响

二、企业提升能效的主要途径

三、对能效标准升级的建议

四、空调厂家要转变心态

第三节 中央空调企业关系营销战略分析

一、中央空调关系营销的基本内容

二、关系营销与中央空调企业特性

三、中央空调企业的关系营销战略

第四节 空调高库存情况分析 & 对策

一、空调高库存情况分析

二、空调高库存应对策略

图表目录：

图表 2017-2022年空调总销量及增速（万台）

图表 2017-2022年空调内销及增速（万台）

图表 2017-2022年空调出口及增速（万台）

图表 2017-2022年空调产量及增速（万台）

图表 2017-2022年冷年空调产品结构市场份额分析图

图表 2022年冷年空调产品分品牌分定频、变频零售量构成

图表 2017-2022年空调累计内销出货量及累计增速

图表 2017-2022年空调累计出口量及累计增速

图表 2017-2022年空调内销变化

图表 2017-2022年空调出口变化

图表 2022年中国空调市场品牌关注比例分布

图表 2022年中国空调市场品牌关注排名对比

图表 2022年中国空调市场变频与定频产品关注比例分布

图表 2022年中国空调市场变频产品关注比例走势

图表 2022年中国空调市场不同类型产品关注比例分布

图表 2022年中国空调市场不同功率产品关注比例分布

图表 2022年中国空调市场不同冷暖类型产品关注比例分布

图表 2022年中国空调市场不同价格段产品关注比例分布

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202211/325547.html>